

**PENGARUH REGULASI PEMERINTAH, TEKANAN MASYARAKAT,
TEKANAN ORGANISASI LINGKUNGAN, DAN TEKANAN MEDIA
MASSA TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)***

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Akuntansi



Oleh:

ANITA NURUL HIDAYATI

NIM : 2015310055

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Anita Nurul Hidayati
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 03 Juni 1997
N.I.M : 2015310055
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Judul : Pengaruh Regulasi Pemerintah, Tekanan Masyarakat, Tekanan Organisasi Lingkungan, dan Tekanan Media Massa Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing
Tanggal: 27-MAR-2019



(Riski Aprillia Nita, S.E., M.A)

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi
Tanggal:



Scanned with
CamScanner

Dr. Nanang Shonhadji, S. E., Ak., M. Si., CA., CIBA., CMA

**PENGARUH REGULASI PEMERINTAH, TEKANAN MASYARAKAT,
TEKANAN ORGANISASI LINGKUNGAN, DAN TEKANAN MEDIA
MASSA TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)**

Anita Nurul Hidayati

STIE Perbanas Surabaya

Email : anitanurulh331@gmail.com

Jl. Garuda V No. 18 Perum Rewwin Waru, Sidoarjo

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of government regulation, community pressure, environmental organization pressure, and mass media pressure on disclosure of corporate social responsibility (CSR). The population in this research on PT Angkasa Pura 1 Surabaya. Data is obtained from questionnaires sent to 43 middle and top management who are directly involved in corporate social responsibility by sampling census method. This research was tested using multiple linear regression. The results of this study partially show that government regulation and environmental organization pressure influence CSR disclosure in annual financial statements, while public pressure and mass media pressure do not affect CSR disclosure in annual financial statements. However, simultaneously these factors influence CSR disclosure in annual financial statements.

Keywords : *Government Regulation, Community Pressure, Environmental Organization Pressure, Mass Media Pressure, Corporate Social Disclosure.*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi yang semakin berkembang, alat transportasi merupakan akses utama yang kini sudah menjadi kebutuhan pokok, salah satunya yaitu transportasi udara. Di Indonesia transportasi udara merupakan alat transportasi yang cukup efektif dan efisien karena di Indonesia terdiri dari berbagai macam pulau-pulau yang menjadi objek besar. Pada tahun 2018, Indonesia mengalami perubahan cuaca yang cukup ekstrim sehingga menyebabkan terjadinya beberapa bencana alam seperti tsunami. Salah satu perusahaan BUMN yaitu PT Angkasa Pura 1 yang bergerak dibidang pelayanan lalu lintas dan bisnis bandar udara di Indonesia ini menunjukkan rasa

tanggung jawab sosialnya dengan menyalurkan bantuan-bantuan kepada korban bencana alam dengan mengirimkan paket sembako untuk kebutuhan pokok melalui transportasi udara.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab terhadap lingkungan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjaga lingkungan sekitar. CSR juga dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan maupun non-keuangan sebagai interaksi organisasi dengan lingkungan baik fisik maupun sosial yang dibuat dalam laporan

keuangan. Informasi yang dibuat dalam laporan keuangan perusahaan sebagai bentuk rasa tanggung jawabnya disebut dengan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Pengungkapan CSR telah diatur dalam undang-undang No.40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang mewajibkan bidang usaha terkait dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Terkait dengan pengungkapan CSR pada laporan keuangan perusahaan PT Angkasa Pura 1 menunjukkan terjadinya penurunan alokasi dana untuk kegiatan CSR pada tahun 2014 sebesar Rp 18,645,308 (dalam ribuan rupiah) ke tahun 2015 sebesar Rp 10,189,000 (dalam ribuan rupiah), penurunan yang terbilang cukup tinggi sebesar Rp 8,456,308 (dalam ribuan rupiah) dipengaruhi oleh beberapa faktor internal maupun eksternal. Faktor internal terdiri dari profitabilitas, leverage, likuiditas, kepemilikan saham publik dan lain sebagainya. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan, tekanan media massa dan lain sebagainya. Pengungkapan CSR dalam penelitian ini diproksikan dengan variabel regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan, dan tekanan media massa.

Regulasi pemerintah dalam suatu perusahaan merupakan segala peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengatur setiap aktivitas perusahaan. Regulasi pemerintah dapat menimbulkan perusahaan semakin baik dan semakin besar dalam pengungkapan kegiatan CSR pada laporan keuangan setiap tahunnya. Penelitian yang dilakukan oleh wardjono 2009 dan delvi safira 2017 menyimpulkan bahwa regulasi pemerintah berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh basuki dan patrioty 2011 yang menyatakan bahwa regulasi pemerintah tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Tekanan masyarakat dalam suatu perusahaan telah menjadi perhatian khusus karena masyarakat merupakan elemen yang mempunyai informasi terkait dengan produk atau jasa perusahaan. Tekanan masyarakat juga dapat menjadi suatu dorongan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan. Penelitian yang dilakukan oleh wardjono 2009 dan delvi safira 2017 menyimpulkan bahwa tekanan masyarakat berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh basuki dan patrioty 2011 yang menyatakan bahwa tekanan masyarakat tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Tekanan organisasi lingkungan dalam suatu perusahaan dapat menjadi kekuatan kontrol dalam melaksanakan kegiatan sosial dan lingkungan karena organisasi lingkungan bertindak sebagai badan yang mengawasi setiap aktivitas perusahaan dan juga dapat menjadi sebuah perantara antara masyarakat dengan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh wardjono 2009 dan delvi safira 2017 menyimpulkan bahwa tekanan organisasi lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh basuki dan patrioty 2011 yang menyatakan bahwa tekanan organisasi lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Tekanan media massa dalam suatu perusahaan menjadi alat perantara yang digunakan untuk mempublikasi aktivitas perusahaan kepada masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh basuki dan patrioty 2011 dan delvi safira 2017 menyimpulkan bahwa tekanan media massa berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh wardjono 2009 yang menyatakan bahwa tekanan media massa tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Sehubungan dengan fenomena dan adanya ketidak konsistensian dari hasil

penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, penelitian ini berusaha menggabungkan variabel regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan, dan tekanan media massa terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* baru dikenal pada tahun 1963 dari memo internal di *The Stanford Reseach Institue*, teori ini diciptakan untuk membantah pandangan tradisional bahwa pemilik adalah satu-satunya yang memiliki kepentingan dan yang harus dilayani oleh manajemen. Ada beberapa pemikiran teori organisasai konvensional yang masih diwarnai oleh pandangan secara tradisional. Menurut williamson 1984 (dalam buku teori orgnisasi Gudono 2017) yang menggunakan konsep biaya tranaksi untuk menunjukkan bahwa pemegang saham membutuhkan perhatian khusus dibandingkan dengan *stakeholder* karena adanya *asset specifity*. Sedangkan pada teori keagenan membahas mengenai adanya kepentingan yang berbeda karena *agency cost* dan adanya asimetri informasi antara pemilik (*principal*) dan manajer sebagai agen.

Dalam teori *stakeholder* ada beberapa elemen yang saling terkait secara logis menurut freeman 2004 (dalam buku teori orgnisasi Gudono 2017) : (1) harus mempertimbangkan dampak dari perbuatan yang telah dilakukan kepada pihak lain dan dampak perbuatan pihak lain terhadap organisasi, (2) harus memahami perilaku, tata nilai, latar belakang berbagai pihak termasuk konteks sosial, (3) harus memiliki strategi dalam organisasi, (4) harus memahami hubungan antar pemangku kepentingan pada 3 tingkatan analisis yaitu rasional, proses, dan standar prosedur, (5) proses perencanaan stratejik harus dijalankan

dengan baik, dan (6) kepentingan para *stakeholder* harus seimbang. Dengan elemen-elemen tersebut kepentingan semua pihak telah dimasukkan ke dalam proses bisnis.

Di dalam pasar bebas, setiap organisasi perusahaan komersial menghadapi tiga macam masalah yaitu penciptaan nilai dan perdagangan, etika kapitalisme, dan pola pikir manajerial (*mindset managerial*). Dari ketiga macam masalah tersebut, teori *stakeholder* memberikan dua alasan terhadap penyelesaian masalah : (1) bisnis dapat dipahami sebagai sekumpulan hubungan antara sebagian kelompok yang memiliki kepentingan atas kegiatan yang dilakukan organisasi. Pada alasan yang pertama menyangkut bagaimana manajer, karyawan, konsumen, suplier, pendana bersama-sama menciptakan dan memperdagangkan nilai yang digunakan untuk memahami bagaimana hubungan antar pemangku kepentingan tersebut dijalankan dan jika terjadi konflik kepentingan antarpemangku, maka yang perlu dilakukan oleh direksi perusahaan adalah memikirkan kembali kemungkinan adanya *trade-offs* yang bisa diterima oleh semua pihak, (2) selain dengan mengelola hubungan antar pemangku kepentingan, alasan yang kedua yaitu dapat membantu perusahaan bertahan di dalam sistem kapitalistik, dimana pendekatan pemangku kepentingan lebih memperhatikan aspek moral khususnya menyangkut keadilan, kebebasan pemilihan, penghindaran dampak buruk, atau penciptaan manfaat untuk semua pihak. Oleh sebab itu, pendekatan tersebut akan lebih bisa mengarahkan perhatian untuk menciptakan nilai-nilai dan menghindari kegagalan moral. Sehingga dalam praktik teori *stakeholder* sering digunakan untuk kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) yang dapat menjadi strategi perusahaan dalam memenuhi kepentingan akan informasi non-keuangan terkait dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari aktivitas perusahaan. Sehingga

semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan maka semakin besar dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* dalam meningkatkan kinerja dan laba yang diharapkan oleh perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Bowen 1953 (dalam buku teori organisasi Gudono 2017) menyatakan bahwa CSR merujuk kepada kewajiban perusahaan (bisnis) untuk menjalankan kebijakan dan untuk membuat keputusan yang diharapkan dalam konteks untuk mencapai tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Wood 1991 (dalam buku teori organisasi Gudono 2017) menyatakan bahwa ide dasar CSR adalah bahwa perusahaan dan masyarakat saling terhubung dan bukan merupakan entitas yang terpisah. Sedangkan Baker 2003 (dalam buku teori organisasi Gudono 2017) menyatakan bahwa CSR adalah bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menciptakan dampak positif kepada masyarakat secara keseluruhan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan tidak bisa lagi mengabaikan kepentingan pihak-pihak di luar pemilik.

Dalam kaitannya dengan teori *stakeholder*, melakukan CSR bisa dianggap sebagai upaya perusahaan atau organisasi untuk menjadikan warga yang baik di dalam lingkungannya dengan melakukan transaksi yang bersifat saling menguntungkan satu sama lain dengan semua pihak di dalam lingkungannya. Dalam pendekatan instrumental teori *stakeholder* menyatakan bahwa mengelola kepentingan para *stakeholder* merupakan praktik bisnis yang baik karena bisa membuat perusahaan yang menjalankan *stakeholder management* akan mengalahkan pesaing yang tidak mempertimbangkan kepentingan para *stakeholder*, maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dikatakan sebagai upaya untuk mendapatkan kinerja keuangan yang lebih baik. Pada data empiris belum menunjukkan secara

sederhana hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan menurut Wood 1995 (dalam buku teori organisasi Gudono 2017). Hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan tidak linier, karena investor berpendapat bahwa pengeluaran perusahaan untuk keperluan CSR terlalu tinggi. Oleh karena itu, kegiatan CSR harus diungkapkan secara terinci dalam laporan keuangan tahunan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan tanggung jawab kepada para *stakeholder*.

Regulasi Pemerintah

Regulasi merupakan aturan yang digunakan untuk mengendalikan perilaku manusia dengan berbagai batasan. Regulasi bisa diterapkan dalam berbagai bentuk, misalnya: hukum pemerintah, hukum industri, dan lain sebagainya. Regulasi pemerintah adalah semua peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengatur suatu organisasi atau perusahaan. Pada kaitannya dengan CSR, regulasi pemerintah digunakan untuk mengatur aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan.

Peraturan pemerintah yang membahas mengenai *corporate social responsibility* (CSR) antara lain sebagai berikut : (1) Pada tahun 2003 kementerian BUMN menerbitkan keputusan dengan nomor KEP-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL). Program PKBL merupakan formulasi pelaksanaan CSR bagi BUMN atau perusahaan yang operasionalnya tidak berhubungan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam seperti perbankan, telekomunikasi, dan sebagainya. Pada pasal 8 tentang kebijakan disebutkan bahwa dana program kemitraan bersumber dari penyisihan laba setelah pajak sebesar 1-3 persen, dana juga dapat diambil dari hasil bunga pinjaman, bunga deposito, dan atau jasa giro dari dana program kemitraan setelah dikurangkan beban operasional, serta perlimpahan dana program kemitraan

dari BUMN lain jika ada. (2) Pada tahun 2007 pemerintah menerbitkan peraturan pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) kepada perseroan melalui Undang-Undang No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) dan Undang-Undang No. 25 tahun 2007 pasal 15 (b) dan pasal 16 (d) tentang Penanaman Modal (UU PM). Dengan adanya dua peraturan tersebut, program CSR yang semula hanya dilakukan oleh perusahaan BUMN sekarang juga bisa dilakukan oleh perusahaan atau pihak swasta. Setiap perseroan atau penanaman modal diwajibkan untuk melakukan sebuah upaya pelaksanaan tanggung jawab terhadap perusahaan yang telah dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan.

Tekanan Masyarakat

Masyarakat adalah salah satu dari para pemangku kepentingan atau *stakeholder* yang sangat berpengaruh bagi perubahan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan karena masyarakat berperan sebagai konsumen yang akan mengkonsumsi hasil produksi dari perusahaan. Sehingga masyarakat dapat menjadi suatu dorongan bagi perusahaan dalam mengambil dan melaksanakan sebuah kebijakan melalui informasi-informasi yang telah disampaikan. Pada penelitian (Linda, Farquhar, Palazzo, & Siano, 2016) keterlibatan masyarakat pada *corporate social responsibility* (CSR) akan membantu dalam membangun persepsi positif, reputasi perusahaan, kepercayaan dan kesetiaan pelanggan.

Tekanan Organisasi Lingkungan

Organisasi lingkungan merupakan semua elemen di dalam maupun di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi sebagian maupun keseluruhan suatu perusahaan karena organisasi lingkungan telah menjadi salah satu kekuatan kontrol sosial yang dapat mengawasi aktivitas perusahaan. Aktivitas perusahaan yang tidak dapat dipertanggung jawabkan akan

menimbulkan opini maupun sanksi buruk dari masyarakat terhadap perusahaan, sehingga keberadaan organisasi lingkungan dapat membantu perusahaan dalam menyikapi aktivitas perusahaan dengan baik agar tidak berbenturan dengan kepentingan perusahaan. Oleh karena itu, orientasi organisasi lingkungan secara umum untuk menghindari eksploitasi yang berlebihan terhadap lingkungan hidup untuk kepentingan perusahaan (*profit*).

Tekanan Media Massa

Media massa adalah alat atau perantara yang digunakan untuk menyampaikan informasi bagi perusahaan dan dapat pula sebagai alat publikasi dan sosialisasi yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat membangun kepercayaan (*image*) publik tentang aktivitas-aktivitas sosial yang dijalankan perusahaan. Media massa meliputi alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, TV, dan lain sebagainya. Media massa dalam lingkungan bisnis memiliki peran yang saat dominan dalam membentuk opini masyarakat terhadap aktivitas perusahaan. Delvi Safira Walawati (2017) berpendapat bahwa suatu organisasi media massa digunakan untuk menunjang popularitas dan menjaga *image*. Media massa dapat menjadi ancaman dalam berbisnis karena semua informasi pada media massa dapat diketahui oleh seluruh masyarakat.

Pengaruh Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Regulasi pemerintah digunakan untuk mengatur aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan. Dalam teori *stakeholder* dijelaskan mengenai hubungan organisasi dengan lingkungan, dan pemerintah merupakan pihak eksternal yang dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Sehingga semakin banyak aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah terkait dengan lingkungan sosial perusahaan maka akan berdampak

pada pengungkapan CSR yang semakin besar dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dan akan dilampirkan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Adanya aturan-aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah mengakibatkan kegiatan CSR menjadi beranekaragam dan tidak hanya terbatas pada program sosial maupun sosial ekonomi tetapi juga dapat berupa sosial kesehatan, sosial pendidikan, dan sosial lingkungan. Sehingga secara tidak langsung menjelaskan bahwa dana yang dialokasikan semakin besar untuk kegiatan CSR. Seperti telah dijelaskan dalam peraturan yang telah diterbitkan oleh pemerintah dimana mengaruskan perusahaan BUMN menyisihkan laba setelah pajak sebesar 1-3 persen untuk kegiatan CSR.

H1 : Regulasi Pemerintah Berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengaruh Tekanan Masyarakat Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Masyarakat merupakan salah satu *stakeholder* yang sangat berpengaruh bagi perubahan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Sehingga tekanan masyarakat yang tinggi kepada perusahaan akan membuat perusahaan lebih besar dalam pengungkapan CSR yang akan dilaporkan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan karena masyarakat dapat menjadi suatu dorongan bagi perusahaan dalam mengambil dan melaksanakan sebuah kebijakan melalui informasi-informasi yang telah disampaikan. Disamping itu, karena masyarakat berperan sebagai konsumen yang akan mengkonsumsi hasil produksi dari perusahaan sehingga masyarakat dinilai sebagai elemen yang penting dalam keberlangsungan perusahaan. Dalam teori *stakeholder*, ketika perusahaan melaporkan aktivitas sosial dan lingkungan dengan baik, maka perusahaan

akan mendapat dorongan dari para *stakeholder* untuk meningkatkan kinerja dan mendapat laba yang diinginkan.

H2 : Tekanan Masyarakat Berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengaruh Tekanan Organisasi Lingkungan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Organisasi lingkungan dalam perusahaan merupakan salah satu kekuatan kontrol sosial yang dapat mengawasi aktivitas perusahaan. Sehingga tekanan organisasi lingkungan yang tinggi akan memicu perusahaan dalam pengungkapan CSR yang lebih besar karena berdasarkan teori *stakeholder*, organisasi lingkungan bertugas sebagai pengingat bagi perusahaan untuk terus memperhatikan lingkungan sosial. Di Indonesia lembaga swadaya masyarakat (LSM) merupakan suatu organisasi lingkungan yang bertugas untuk mengungkapkan sisi negatif perusahaan yang berkaitan dengan isu lingkungan dan akan menuntut tanggung jawab atas kerusakan lingkungan atau dampak sosial yang ditimbulkan akibat aktivitas perusahaan.

H3 : Tekanan Organisasi Lingkungan Berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengaruh Tekanan Media Massa Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Media massa merupakan alat atau perantara yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada penerima informasi seperti masyarakat, organisasi lingkungan, pemerintah, dan lain sebagainya. Media massa yang dapat digunakan dalam menyampaikan informasi berupa surat kabar, website pribadi perusahaan, radio, televisi, dan media sosial lainnya. Sehingga tekanan

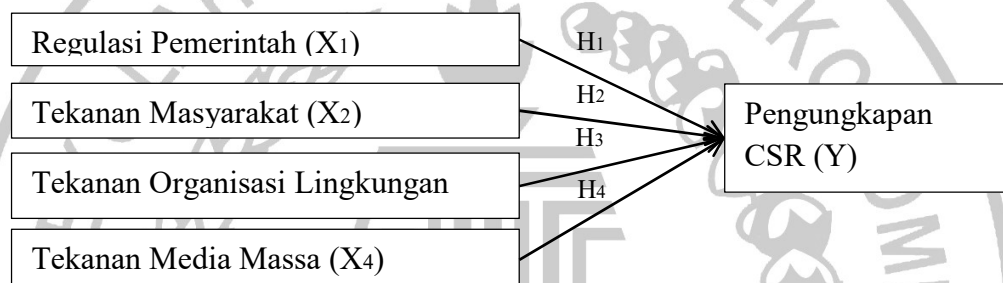
media massa yang tinggi akan membuat perusahaan lebih besar dalam pengungkapan CSR yang akan dilaporkan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Hal ini disebabkan karena media massa akan memberikan persepsi positif maupun negatif yang berasal dari informasi perusahaan yang telah dipublikasikan kepada masyarakat, organisasi lingkungan, pemerintah, dan lain sebagainya. Menurut teori *stakeholder*, perusahaan harus senantiasa menjaga hubungan dan mempertahankan nilai dengan para pemangku kepentingan. Sehingga dengan adanya media massa para

pemangku kepentingan akan lebih mudah dalam mengakses atau memperoleh informasi perusahaan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

H4 : Tekanan Media Massa Berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan PT Angkasa Pura 1 Surabaya. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh manajemen tingkat atas maupun tingkat menengah yang memiliki hubungan secara langsung dalam pembuatan laporan keuangan terkait dengan CSR.

Teknik dalam pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *sensus sampling*, yakni teknik pengambilan sampel dengan jumlah sampel yang relatif kecil dan semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Berdasarkan teknik pengambilan sampel yang telah ditentukan, maka diperoleh 43 data perusahaan yang dijadikan sampel pada penelitian ini.

Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan langsung kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), dan variabel independen yaitu regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan, dan tekanan media massa.

Definisi Operasional

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y)

Pengungkapan CSR merupakan persepsi manajemen tentang dilakukannya pengungkapan atas aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan dalam bentuk pertanggung jawaban terhadap *stakeholder* (pemerintah, masyarakat, dan organisasi lingkungan). Berikut indikator pengukuran variabel pengungkapan *corporate sosial responsibility* (CSR) :

1. Perencanaan, komite, dan pengungkapan CSR
2. Adanya penyampaian program CSR terhadap *stakeholder*
3. Adanya penyampaian program CSR
4. Frekuensi penyampaian CSR kepada *stakeholder* perusahaan

Regulasi Pemerintah (X₁)

Regulasi pemerintah merupakan peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengatur seluruh aktivitas perusahaan. Berikut indikator pengukuran variabel regulasi pemerintah :

1. Tanggapan atas peraturan pemerintah tentang lingkungan sosial perusahaan
2. Dukungan terhadap program-program pemerintah
3. Kepatuhan dan penerapan terhadap aturan-aturan pemerintah
4. Frekuensi pelaporan kepada instansi pemerintah

Tekanan Masyarakat (X₂)

Masyarakat merupakan elemen yang perlu diperhatikan perusahaan mengenai informasi-informasi yang disampaikan yang berasal dari hasil produk atau jasa perusahaan yang telah dikonsumsi. Berikut indikator pengukuran variabel tekanan masyarakat :

1. Tanggapan perusahaan atas masukan-masukan dari masyarakat
2. Dukungan perusahaan terhadap kegiatan sosial kemasyarakatan

3. Kebijakan manajemen terhadap lingkungan sosial perusahaan
4. Frekuensi aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat

Tekanan Organisasi Lingkungan (X₃)

Organisasi lingkungan adalah semua elemen di dalam maupun di luar organisasi yang dapat mempengaruhi sebagian atau keseluruhan kegiatan perusahaan yang berasal dari opini masyarakat. Berikut indikator pengukuran variabel tekanan organisasi lingkungan :

1. Tanggapan perusahaan tentang organisasi lingkungan
2. Dukungan perusahaan terhadap aktivitas organisasi lingkungan
3. Sikap perusahaan terhadap masukan dari organisasi lingkungan
4. Frekuensi perusahaan menerima audiensi organisasi lingkungan

Tekanan Media Massa (X₄)

Media massa merupakan alat atau perantara yang digunakan perusahaan dalam membangun nama baik dengan menimbulkan berbagai opini masyarakat yang berasal dari aktivitas perusahaan. Berikut indikator pengukuran variabel tekanan media massa :

1. Tujuan atau kebijakan perusahaan : pengungkapan secara umum mengenai tujuan atau kebijakan yang berhubungan dengan *corporate sosial responsibility* (CSR)
2. Mengungkapkan atau melaporkan kepada masyarakat selain pemegang saham dan karyawan misalnya konsumen yang mempunyai hubungan dengan CSR

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif yang diolah dengan teknik statistik menggunakan

software SPSS 23, melalui beberapa tahapan berikut :

1. Analisis statistik deskriptif.
2. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.
3. Analisis regresi linier berganda.
4. Uji hipotesis yang terdiri dari koefisien determinasi (R^2), uji F (uji model) dan uji statistik t.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik sampel yang digunakan dan menggambarkan variabel-variabel dalam penelitian. Hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 1 dan tabel 2 berikut ini :

Tabel 1
Hasil Analisis Deskriptif Berdasarkan Jawaban Responden

No	Pertanyaan	Jawaban					Total skor	Mean	Kategori
		ST S	T S	N	S	SS			
1.	Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)								
PC SR 1	Perencanaan, komite dan pengungkapan CSR	0	0	4	23	16	184	4,28	SS
PC SR 2	Adanya penyampaian program CSR kepada stakeholder	0	0	4	27	12	180	4,19	S
PC SR 3	Adanya penyampaian program CSR kepada masyarakat dan pemerintah	0	0	5	25	13	180	4,19	S
PC SR 4	Frekuensi penyampaian CSR kepada stakeholder perusahaan	0	0	4	31	8	176	4,09	S
2.	Regulasi Pemerintah								
RP 1	Adanya tanggapan atas peraturan pemerintah tentang CSR	0	1	3	32	7	174	4,05	S
RP 2	Adanya dukungan terhadap program-program pemerintah	0	0	5	29	9	176	4,09	S
RP 3	Adanya kepatuhan dan penerapan terhadap aturan	0	0	5	33	5	172	4,00	S
RP 4	Adanya frekuensi kepada instansi pemerintah	0	0	7	30	6	171	3,98	S

3. Tekanan Masyarakat									
T M 1	Adanya tanggapan perusahaan terkait masukan dari masyarakat	0	0	6	28	9	175	4,07	S
T M 2	Adanya dukungan terhadap kegiatan sosial kemasyarakatan	0	0	6	24	13	179	4,16	S
T M 3	Adanya Kebijakan manajemen terhadap lingkungan sosial perusahaan	0	0	9	27	7	170	3,95	S
T M 4	Adanya frekuensi aktivitas sosial perusahaan kepada masyarakat	0	0	6	30	7	173	4,02	S
4. Tekanan Organisasi Lingkungan									
TO L1	Adanya tanggapan perusahaan terkait organisasi lingkungan	0	0	8	28	7	171	3,98	S
TO L2	Adanya dukungan terhadap aktivitas organisasi lingkungan	0	0	4	31	8	176	4,09	S
TO L3	Sikap perusahaan terhadap masukan organisasi lingkungan	0	1	6	27	9	173	4,02	S
TO L4	Frekuensi perusahaan dalam menerima audiensi organisasi	0	0	1 0	26	7	169	3,93	S
5. Tekanan Media Massa									
1	Adanya kebijakan dan tujuan pengungkapan melalui media mengenai lingkungan sosial perusahaan	0	0	9	26	8	171	3,98	S
2	Perusahaan harus mengungkapkan atau melaporkan informasi tentang lingkungan sosial melalui media	0	0	5	28	10	177	4,12	S

Sumber : Data diolah

Dari tabel 1 tersebut dapat diketahui bahwa seluruh manajemen pada perusahaan sampel menyadari pentingnya tanggungjawab sosial bagi suatu

perusahaan. Hal ini terbukti dari jawaban responden yang menunjukkan persentase terbesar untuk jawaban setuju.

Tabel 2
Hasil Analisis Deskriptif Berdasarkan
Karakteristik Responden

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
Perempuan	24	55,8%
Laki-laki	15	34,9%
N/A	4	9,3%
Total	43	100%
Umur	Frekuensi	Presentase
> 25 tahun	31	72,1%
< 25 tahun	6	14,0%
N/A	6	14,0%
Total	43	100%
Lama bekerja	Frekuensi	Presentase
> 5 tahun	20	46,5%
< 5 tahun	13	30,2%
N/A	10	23,3%
Total	43	100%

Sumber : Data diolah

Dari tabel 2 tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden penelitian adalah perempuan dengan presentase sebesar 55,8%, dan mayoritas berusia lebih dari dua puluh lima tahun dengan nilai presentase 72,1%, serta mayoritas responden bekerja selama lebih dari lima tahun dengan pengecualian jika responden yang tidak mengisi identitas pada lama bekerja masuk dalam responden yang bekerja selama lebih dari lima tahun.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel. nilai r tabel dapat diketahui dengan melihat distribusi koefisien korelasi sederhana pada tingkat signifikansi dua arah sebesar 5%. Berdasarkan jumlah data yang diperoleh (n) dengan rumus $df = n - 2 = df = 43 - 2 = 41$, maka nilai r tabel sebesar 0,288. Hasil uji validitas selengkapnya diringkas dalam tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil Uji Validitas

Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel
PCSR1	0,826	0,288
PCSR2	0,894	0,288
PCSR3	0,898	0,288
PCSR4	0,857	0,288
RP1	0,794	0,288
RP2	0,812	0,288
RP3	0,839	0,288
RP4	0,816	0,288
TM1	0,810	0,288
TM2	0,859	0,288
TM3	0,742	0,288
TM4	0,694	0,288
TOL1	0,918	0,288
TOL2	0,874	0,288
TOL3	0,874	0,288
TOL4	0,835	0,288
TMM1	0,928	0,288
TMM2	0,911	0,288

Sumber : Data diolah

Berdasarkan data tabel 3, uji validitas masing-masing variabel yaitu pengungkapan CSR, regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan, dan tekanan media massa mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel (0,288) sehingga semua variabel dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan kuesioner dalam menunjukkan kestabilan dan konsistensi. Untuk menguji reliabilitas suatu kuesioner digunakan nilai *cronbach alpha*, jika *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel (Ghozali, 2016). Hasil uji reliabilitas selengkapnya diringkas dalam tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai cronbach's alpha	Nilai kritis
Pengungkapan	0,892	0,60

CSR (Y)		
Regulasi Pemerintah (X ₁)	0,828	0,60
Tekanan Masyarakat (X ₂)	0,781	0,60
Tekanan Organisasi Lingkungan (X ₃)	0,895	0,60
Tekanan Media Massa (X ₄)	0,815	0,60

Sumber : Data diolah

Berdasarkan data tabel uji reliabilitas masing-masing variabel mempunyai nilai *cronbach alpha* lebih besar dari nilai kritis sebesar 0,60 sehingga semua variabel dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki distribusi normal. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *kolmogorov-smirnov Test* dimana jika nilai koefisien pada *Asymp. Sig. (2-tailed)* diatas 0,05 maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	43
Normal Mean	0,0000000
Parameter Std.	
s ^{a,b} Deviation	2,03837443
Most Absolute	0,122
Extreme Positive	0,090
Difference Negative	-0,122
s	
Test Statistic	0,132

Asymp. Sig. (2-tailed)	0,058
------------------------	-------

Sumber : Data diolah

Pada penelitian ini dilakukan lima kali pengujian dengan *outlier* data sehingga ditemukan hasil seperti pada tabel 2 yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,058 dimana nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa data residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dalam mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Apabila nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel dalam model regresi. Sebaliknya, apabila nilai VIF ≥ 10 dan nilai *tolerance* ≤ 0,10, maka terjadi multikolinieritas antar variabel dalam model regresi. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
RP	0,540	1,852
TM	0,203	4,922
TOL	0,391	2,557
TMM	0,300	3,334

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 dan nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Hal ini dapat diartikan bahwa tidak ada multikolinieritas dalam model regresi ini dikarenakan seluruh variabel independen yaitu regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan, dan tekanan media

massa memiliki nilai $VIF < 10$ dan nilai $tolerance > 0,10$.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atas satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji *Glejser*. Dimana apabila probabilitas signifikan diatas 5% maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 7 sebagai berikut :

Tabel 7
Hasil Uji Heteroskedastisitas

	Model	Sig.
1	(Constant)	0,000
	RP	0,058
	TM	0,376
	TOL	0,267
	TMM	0,088

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas dimana tidak ada variabel independen yang terjadi heteroskedastisitas. Pada hasil pengujian ini nilai signifikansi semua variabel independen diatas 5% atau 0,05. Hal ini berarti semua variabel independen yaitu regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan, dan tekanan media massa tidak terjadi heteroskedastisitas atau model regresi pada penelitian ini adalah homoskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel independen yaitu regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan, tekanan

media massa terhadap variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social resonsibility* (CSR). Hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat uji SPSS 23, maka diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 8 sebagai berikut :

Tabel 8
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

	Model	B	Sig.
1	(Constant)	5,605	0,021
	RP	0,508	0,009
	TM	0,348	0,204
	TOL	-0,452	0,016
	TMM	0,562	0,165

Sumber : Data diolah

Persamaan yang dihasilkan dalam permodelan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$PCSR = 5,605 + 0,508 RP - 0,452 TOL + \epsilon$$

Keterangan :

PCSR : Pengungkapan corporate sosial responsibility

RP : Regulasi pemerintah

TM : Tekanan masyarakat

TOL : Tekanan organisasi lingkungan

TMM : Tekanan media massa

E : *Standard error*

Pengujian Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar (persen) pengaruh yang diberikan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan (bersama-sama). Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel indepeden dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 9 sebagai berikut :

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien determinasi (R^2)

Model	Adjusted R Square
1	0,414

Sumber : Data diolah

Pada tabel 9 menunjukkan hasil pengujian koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* dimana nilai tersebut digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh yang diberikan variabel dependen terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel 4.21, koefisien determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,414 atau 41,4%. Hal ini diartikan bahwa proporsi variabel independen yaitu regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan dan tekanan media massa sebesar 41,4% dalam mempengaruhi variabel dependen yaitu pengungkapan CSR, sedangkan sisanya sebesar 58,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini.

2. Uji F (Uji Model)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen (Y). Nilai F dapat dilihat dalam tabel ANOVA (*Analysis of Variance*). Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, atau F hitung $> F$ tabel maka dapat diartikan bahwa variabel independen dapat menjadi penjelas dari variabel dependen atau model regresi fit. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $> 0,05$, atau F hitung $< F$ tabel maka dapat diartikan bahwa seluruh variabel independen tidak dapat menjadi penjelas dari variabel dependen atau model regresi tidak fit. Hasil uji statistik F dapat dilihat pada tabel 10 sebagai berikut :

Tabel 10
Hasil Uji F (Uji Model)

Model	F hitung	F tabel	Sig.
1	8,417	2,61	0,000

Sumber : Data diolah

Pada tabel 10 menunjukkan hasil uji statistik F pada *output* SPSS 23.0 dimana nilai F hitung sebesar 8,417 lebih besar dari F tabel (2,61) dan nilai signifikan F sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel independen yaitu regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan dan tekanan media massa dapat menjadi penjelas variabel dependen atau model regresi fit.

3. Uji Statistik t

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial (tersendiri) yang diberikan variabel independen (X) kepada variabel dependen (Y). Apabila nilai signifikan t-hitung $\geq 0,05$, maka H_0 diterima, dapat diartikan bahwa variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikan t-hitung $< 0,05$, maka H_0 ditolak, dapat diartikan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji statistik t dapat dilihat pada tabel 11 sebagai berikut :

Tabel 11
Hasil Uji Statistik t

Model	t hitung	Sig.
1 (Constant)	2,408	0,021
RP	2,741	0,009
TM	1,292	0,204
TOL	-2,510	0,016
TMM	1,416	0,165

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat diketahui bahwa nilai t regulasi pemerintah sebesar 2,741 dengan nilai signifikansi 0,009. Nilai signifikansi sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, yang dapat diartikan regulasi pemerintah berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Nilai t tekanan masyarakat sebesar 1,292 dengan nilai signifikansi 0,204.

Nilai signifikansi sebesar 0,204 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak, yang dapat diartikan tekanan masyarakat tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Nilai t tekanan organisasi lingkungan sebesar -2,510 dengan nilai signifikansi 0,016. Nilai signifikansi sebesar 0,016 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima, yang dapat diartikan tekanan organisasi lingkungan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Nilai t tekanan media massa sebesar 1,416 dengan nilai signifikansi 0,165. Nilai signifikansi sebesar 0,165 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 ditolak, yang dapat diartikan tekanan media massa tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Regulasi Pemerintah terhadap Pengungkapan CSR

Regulasi pemerintah merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari lingkungan perusahaan, sebab sebagai badan pembuat peraturan, pemerintah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kebijakan yang dibuat oleh perusahaan terhadap lingkungan eksternalnya. Kebijakan pemerintah yang mewajibkan perusahaan baik perusahaan milik negara (BUMN) maupun perusahaan swasta untuk mengalokasikan labanya dalam kegiatan sosial perusahaan. Hal ini semakin kuat dengan dikeluarkannya peraturan kementerian BUMN dalam pasal 8 yang menyebutkan bahwa perusahaan wajib menyisihkan laba setelah pajak sebesar 1-3 persen untuk kegiatan sosial. Akan tetapi, dalam peraturan pemerintah terkait dengan perusahaan swasta yang diterbitkan dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 sempat menimbulkan kontroversi karena sebagian besar perusahaan merasa keberatan dengan peraturan tersebut terutama dari kalangan bisnis yang berpendapat bahwa

pelaksanaan CSR seharusnya dilakukan secara sukarela dan bukan kewajiban.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dalam tabel 1 mengenai jawaban responden secara keseluruhan terkait dengan variabel regulasi pemerintah diketahui bahwa mayoritas responden pada perusahaan PT Angkasa Pura 1 Surabaya menyetujui regulasi pemerintah penting dalam pengungkapan CSR. Hal ini semakin kuat dengan hasil pengujian uji statistik t bahwa regulasi pemerintah berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, yang dapat diartikan bahwa perusahaan PT Angkasa Pura 1 Surabaya sebagai perusahaan BUMN sangat lekat dan ketat dalam merespon, mendukung dan melaksanakan peraturan-peraturan yang dikeluarkan pemerintah terkait dengan kegiatan sosial lingkungan, sehingga dalam pengungkapan CSR pada laporan keuangan tahunan perusahaan terlihat jelas terkait dengan peraturan-peraturannya dan jika dianalisis dalam laporan keuangan pada lima tahun terakhir terdapat peningkatan jumlah peraturan-peraturan terkait dengan CSR.

Pengaruh Tekanan Masyarakat terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dalam tabel 4.11 mengenai jawaban responden secara keseluruhan terkait dengan variabel tekanan masyarakat diketahui bahwa mayoritas responden pada perusahaan PT Angkasa Pura 1 Surabaya menyetujui tekanan masyarakat penting dalam pengungkapan CSR. Hal ini berbeda dengan hasil pengujian uji statistik t bahwa tekanan masyarakat tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa tekanan yang berasal dari masyarakat tidak memicu perusahaan dalam pengungkapan CSR pada laporan keuangan tahunan karena perusahaan BUMN melakukan aktivitas operasional baik keuangan maupun non keuangan hanya berdasarkan dengan keputusan pemerintah. Disisi lain program CSR di Indonesia belum

memasyarakat dan kesadaran praktik CSR di Indonesia tampaknya belum terbangun dengan baik. Hal ini diperkirakan karena sebagian besar perusahaan masih merasa keberatan dengan peraturan terkait dengan CSR dan berpendapat bahwa pengalokasian dana untuk kegiatan sosial seharusnya dilakukan secara sukarela bukan kewajiban. Disamping itu juga diperkirakan karena minimnya tekanan yang dilakukan oleh masyarakat terhadap perusahaan karena tingkat pendidikan masyarakat di Indonesia relatif rendah sehingga menimbulkan kurangnya pemahaman atas pentingnya pembangunan keberlanjutan, serta kurangnya informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan atas kegiatan perusahaan terhadap masyarakat.

Pengaruh Tekanan Organisasi Lingkungan terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dalam tabel 4.12 mengenai jawaban responden secara keseluruhan terkait dengan variabel tekanan organisasi lingkungan diketahui bahwa mayoritas responden pada perusahaan PT Angkasa Pura 1 Surabaya menyetujui tekanan organisasi lingkungan penting dalam pengungkapan CSR yang berarti bahwa responden cukup terbuka dan setuju dalam menerima saran dan masukan dari organisasi lingkungan dan tidak segan dalam mendukung program-program tentang lingkungan. Hal ini semakin kuat dengan hasil pengujian uji statistik t bahwa tekanan organisasi lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, yang dapat diartikan bahwa organisasi lingkungan dapat menjadi perantara bagi masyarakat untuk menyampaikan informasi kepada perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR. Akan tetapi, dengan tekanan yang besar dari organisasi lingkungan dapat menjadikan perusahaan lebih rendah dalam pengungkapan CSR dalam laporan tahunan. Hal ini karena banyak

perseorangan yang mengatasnamakan organisasi lingkungan yang perduli akan lingkungan sekitar tidak melaksanakan tugasnya dengan benar sehingga alokasi dana tersebut tidak sepenuhnya dilakukan untuk program CSR perusahaan tetapi untuk kepentingan pribadi. Oleh karena itu, perusahaan lebih menerima saran-saran dan masukan yang berasal dari organisasi lingkungan dan tidak menyalurkan dana untuk program CSR melalui organisasi lingkungan.

Pengaruh Tekanan Media Massa terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dalam tabel 4.13 mengenai jawaban responden secara keseluruhan terkait dengan variabel tekanan media massa diketahui bahwa mayoritas responden pada perusahaan PT Angkasa Pura 1 Surabaya menyetujui tekanan media massa penting dalam pengungkapan CSR. Hal ini berbeda dengan hasil pengujian uji statistik t bahwa tekanan media massa tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Hal ini karena beberapa perusahaan hanya mengungkapkan program CSR melalui website pribadi, sedangkan dalam era teknologi yang semakin berkembang banyak media massa yang dapat digunakan untuk mengungkapkan program CSR yang dilakukan oleh perusahaan seperti televisi, radio atau media sosial, dengan mengembangkan pengungkapan CSR melalui media massa yang mudah diakses, sehingga dapat memicu opini-opini yang berasal dari para pemangku kepentingan yang nantinya akan menjadi dorongan dalam merealisasi tujuan perusahaan dengan lebih mudah. Selain itu, karena masih banyak masyarakat yang tidak bisa belum bisa memahami bentuk dari laporan keuangan suatu perusahaan dikarenakan minimnya pengetahuan terkait dunia bisnis atau ekonomi.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan CSR merupakan penyampaian program CSR dalam laporan keuangan perusahaan. Pengungkapan CSR dalam laporan keuangan diindikasikan oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dapat berupa profit perusahaan, hutang perusahaan dan lain sebagainya, sedangkan faktor eksternal dapat berupa aturan-aturan pemerintah, tekanan-tekanan dari para pemangku kepentingan dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini variabel regulasi pemerintah dan tekanan organisasi menunjukkan hasil berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dalam laporan keuangan perusahaan. Hal ini telah dibenarkan perusahaan dalam *annual report* bahwa banyak peraturan-peraturan yang digunakan sebagai acuan perusahaan dalam melaksanakan program CSR. Hal ini juga sejalan dengan tekanan yang berasal dari organisasi lingkungan, tekanan organisasi lingkungan yang terlalu besar dari organisasi lingkungan akan memicu pengungkapan yang semakin buruk karena beberapa perorangan yang mengatasnamakan lembaga tidak melakukan tugasnya secara benar. Sedangkan pada variabel tekanan masyarakat dan tekanan media massa menunjukkan hasil tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dalam laporan keuangan tahunan. Hal ini dikarenakan masyarakat dan media massa tidak memiliki kedudukan yang dominan dalam program-program perusahaan, terlebih perusahaan BUMN adalah perusahaan pemerintah yang berdiri dibawah naungan pemerintah, sehingga aktivitas operasional perusahaan, tugas dan lain sebagainya dilakukan berdasarkan keputusan pemerintah.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Regulasi pemerintah yang diukur menggunakan empat indikator, diketahui memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)
2. Tekanan masyarakat yang diukur menggunakan empat indikator, diketahui tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)
3. Tekanan organisasi lingkungan yang diukur menggunakan empat indikator, diketahui memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)
4. Tekanan media massa yang diukur menggunakan dua indikator, diketahui tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, adapun keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Adanya keterbatasan dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang menunjukkan jawaban yang berbeda-beda antara responden satu dengan responden lainnya, sehingga tidak menunjukkan keadaan yang sebenarnya.
2. Pengujian hanya tertuju pada pengungkapan CSR yang merupakan variabel satu-satunya yang memiliki hubungan dengan akuntansi.

Berdasarkan keterbatasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat menambah dan memperbaiki pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam penelitian sekarang.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan sedikit perubahan dalam cara ukur atau

pengujian agar memiliki hubungan yang lebih signifikan dengan akuntansi.

DAFTAR RUJUKAN

- Amalia, D. (2013). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Di Bursa Efek Indonesia . *Media Riset Akuntansi*, Vol.3 No.1.
- Banerjee, S. B. (2014). A Critical Prespektif On Corporate Social Responsibility Toward A Global Governance Framework. *critical perspectives on international business*, Vol. 10 No. 1/2 ; 84-95.
- Basuki, & Patrioty, C. N. (2011). Pengaruh Regulasi Pemerintah, Tekanan Masyarakat, Tekanan Organisasi Lingkungan, Tekanan Media Massa, Terhadap Corporate Social Disclosure. *Jurnal ekuitas*(ISSN 1411-0393), Vol : 15, 23-29.
- Delvi Safira Salawati, R. B. (2017). Persepsi Akuntan Pendidik Terhadap Pentingnya Penerapan. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi Vol. 13 No 4 Desember 2017: 531 – 541*, Vol. 13 No 4 : 531 – 541.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ihugba, B. U. (2014). The Governance of Corporate Social Responsibility (Developing an inclusive regulation framework). *International Journal of Law and Management*, Vol. 56 Iss 2 pp. 105 - 120.
- Jaakson, K. (2009). Organizational culture and CSR:an exploratory study of Estonian service organizations. *Social Responsibility Journal*, Vol. 5 Iss 1 pp. 6 - 18.
- Kasiram. (2008). Dipetik april 18, 208, dari *julnal ilmu dan riset akuntansi*: file:///C:/Users/ASUS/Documents/F&B/MEITA%20MANUF%202015.pdf
- Keong, L. B., Ramakrishnan, S., & S.Hisnan, S. (2018). Corporate Social Responsibility Practice Of Malaysian Public Listed Government-Linked Companies: A Dimensional Analysis. *Management Science Letters* , 417–426.
- Kholis, M. d. (2003). Analisis Tentang Pentingnya Tanggungjawab dan Akuntansi Sosial Perusahaan (studi empiris di kota medan). *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*, Vol. 3, No. 2 Agustus 2003 : 101-132.
- Linda, D., Farquhar, J., Palazzo, M., & Siano, A. (2016). Corporate Social Responsibility: Engaging With Community. *international journal*, Vol. 19 Iss 2 pp.
- Lindawati, A. S., & Puspita, M. E. (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder Dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAMAL)*, Vol 6:1 ; 1-174, Vol 6:1 ; 1-174.
- Maimunah, Ismail, & Noormi, S. (2015). Community As Stakeholder Of The Corporate Social Responsibility Programme In Malaysia: Outcomes In Community Development. *Journal of Social Responsibility* , Vol. 11 Iss 1 pp. 109 - 130.
- Mathews, G. d. (1985). Dipetik mei 17, 2018, dari *online accounting information*: <https://www.e-akuntansi.com/2015/09/pengungkapan-corporate-social.html>
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: CV ALFABETA.
- Gudono. (2017). *Teori Organisasi* (Edisi 4 ed.). Yogyakarta.
- Rasdi, M. I. (2015). Community As Stakeholder Of The Corporate Social Responsibility Programme

- In Malaysia: Outcomes In Community Development. *Social Responsibility Journal*, Vol. 11 Iss 1 pp. 109 - 130.
- Rokhlinsari, S. (2015). Teori –Teori Dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Perbankan. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, Vol 7, No 1.
- Siano, L. D. (2016). Corporate Social Responsibility: Engaging With Community. *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 19 Iss 2 pp.
- Sugiyono. (2010). Dipetik april 20, 2018, dari *online accounting information*: <https://www.e-akuntansi.com/2015/09/pengungkapan-corporate-social.html>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R& D*. Bandung: AFABETA.
- Tan, A., Benni, D., & Liani, W. (2016). Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure And Investor Reaction. *international journal of economics and financial issues*, 11-17.
- Tempo.co. (2015, Juni 01). Diambil kembali dari Tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/1165043/prabowo-banyak-gantung-diri-di-gunung-kidul-karena-ekonomi-sulit>
- Wardjono. (2009). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pentingnya Tanggung Jawab Sosial Perusahaan : Studi Pada Perusahaan Dikawasan Industri Kecil Semarang. *Jurnal Ilmiah Kajian Akuntansi*.
- wibisono. (2007). Dipetik april 18, 2018, dari *online accounting infomation*: <https://www.e-akuntansi.com/>